OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES
COMPLAINTS AND AUDITS BRANCH

LANGUAGE AUDIT
PETRO-CANADA
MARCH 1984

FOREWORD

The Office of the Commissioner of Official Languages carried out this study of Petro-Canada as part of its regular program of auditing federal institutions. It is the first study made of this Crown Corporation, and describes the situation in 1983.

CONTENTS

		Page
I.	INTRODUCTION	1
	1. The Corporation	1
	2. Scope of the Audit	2
	3. Methodology	2
II.	ADMINISTRATION OF THE OFFICIAL LANGUAGES PROGRAM	2
	1. Background	2
	2. Official Languages Policy	3
	3. Official Languages Plans	5
	4. Translation	6
III.	EQUALITY OF STATUS: TWO CONTENTIOUS ISSUES	6
	1. The Corporation's Name and Trademark	6
	2. Signage in Quebec	7
IV.	PETRO-CANADA'S CORPORATE HEADQUARTERS IN CALGARY	9
	1. Services to the Public	9
	2. Services to the Corporation	14
	3. Language of Work	16
	4. Participation	16
V.	PETRO-CANADA PRODUCTS	17
	1. Services to the Public in General	17
	2. Marketing Practices	19
	3. Language of Work	23
	4. Equitable Participation	27
VI.	CONCLUSIONS AND LIST OF RECOMMENDATIONS	28

I. INTRODUCTION

1. The Corporation

Petro-Canada was established by Act of Parliament in 1975 with its head office in Calgary. As a Crown corporation it came within the purview of the Official Languages Act.

At first, Petro-Canada was mainly concerned with exploration and production. However, the acquisition of Pacific Petroleums in 1979 brought with it a refinery and distribution network. Petro-Canada as a result developed a distinctive marketing image and in 1981 made an offer for Petrofina Canada Inc., and in the following year bid successfully for B.P. Canada's downstream operations. It also made a number of acquisitions on the exploration and production side during this period.

The Corporation began to streamline its organization in 1982 into two large functional groupings: Petro-Canada Resources to manage exploration and production, and Petro-Canada Products to operate its refineries and market petroleum products. At the same time, it set about rationalizing its administration and management systems, and standardizing its forms and procedures.

At the end of 1983, Petro-Canada employed slightly over 6,000 people, had about 14.3% of the Canadian market for petroleum products, and distributed gasoline and related products nationwide through a chain of almost 3,000 service stations.

2. Scope of the Audit

The purpose of the audit was to determine how well Petro-Canada conformed with the spirit and the letter of the Official Languages Act.

We concentrated on the Corporate Headquarters and Petro-Canada Products on this occasion because they make most of the decisions with linguistic implications and have the widest range of contacts with the public.

3. Methodology

The audit consisted of over 75 interviews with Petro-Canada executives, managers and employees; surveys on languages of work in Montreal; an examination of publications, forms, manuals and reports; inspecting signs and notices at service stations; and a review of complaints and correspondence concerning the Corporation.

Fieldwork began in March 1983. It was suspended for part of the summer at the Corporation's request while a crucial phase of the reorganization was taking place, and was completed in August. We visited offices in Calgary, Ottawa, Toronto and Moncton, and made several visits to Montreal.

II. ADMINISTRATION OF THE OFFICIAL LANGUAGES PROGRAM

1. Background

Before Petro-Canada acquired Petrofina in 1981, the need for French was very limited and was handled on an ad hoc basis by the translator and a few bilingual colleagues at Corporate Headquarters.

The acquisition of Petrofina brought with it a large French-speaking clientele and obliged Petro-Canada to deal with a number of linguistic problems which it had not faced before. The vice-president for Environmental and Social Affairs was given the prime responsibility for developing and implementing an official languages program, and a special advisor was hired to assist him.

Personal contact was the main method of communication with executives, specialists and line managers. This has obvious advantages, but there are drawbacks too. It takes time to meet people individually, especially when they are hundreds or thousands of kilometers apart.

Towards the end of 1981, Petro-Canada engaged a consultant to draft an official languages policy and advise on the management of the program and translation priorities. The present policy was adopted in January 1982 and communicated to managers. It also appeared in the August 1982 issue of the Corporation's employee newspaper, The Fxplorer.

Petro-Canada appointed the first director of its Official Languages Program early in 1982. He is located in Ottawa and reports to the vice-president for Corporate Services in Calgary.

2. Official Languages Policy

Petro-Canada's official languages policy consists of three short paragraphs:

"(1) Petro-Canada will ensure that services to and communications with the public are available in both official languages in its head office in Calgary, in the National Capital Region and in other regions where both languages are in common use.

"(2) Petro-Canada is committed to enabling both Francophones and Anglophones to work in the language of their choice, within the requirements of the position, in the National Capital Region, and in regions where both languages are in common use.

"(3) Petro-Canada is committed to achieving reasonable representation of Anglophones and Francophones in the Corporation."

A circular from the Chairman of the Board and Chief Executive Officer of the Corporation makes it plain that "all executive officers, managers and others whose cooperation may be required" are responsible for implementing the policy.

The numerous changes which have taken place in the past vear and the influx of new people from BP have made it increasingly difficult to communicate official languages policies effectively by word of mouth. Written instructions, graphics standards, and so on are being used more and more, but so far they have been directed mainly to specialists. We therefore recommend that:

Petro-Canada prepare a series of practical guidelines to help managers and employees apply the Corporation's official languages policy consistently in their work.

We believe that a certain degree of flexibility is necessary in designating bilingual positions in Crown corporations, but it would be unwise to leave such matters entirely to the discretion of line managers. We therefore recommend that:

Petro-Canada produce general criteria for designating bilingual positions and designate a specialist at each main centre to advise managers on the subject.

It is at present impossible to get accurate information on the number of bilingual employees Petro-Canada has or where they are in the organization. Nor are there any reliable statistics on the first official language of the employees. We understand that comprehensive information of this kind will be available when the second stage of the new central human resources information system comes into operation in 1984. In the mean time, we recommend that:

Petro-Canada ensure that raw data on the language capabilities of its employees and the participation of Anglophones and Francophones is gathered and analysed as soon as possible.

3. Official Languages Plans

Petro-Canada submitted its first plan to Treasury Board in March 1982. It described the current situation and the achievements of the previous twelve months, and sketched an ambitious program for the year ahead. Several of the steps proposed were not tackled until the following year, and some are still far from completion. Its second plan was submitted in January 1983.

In our view, the main weakness of both plans is that they do not deal adequately with accountability or make provision for follow-up. We therefore recommend that:

Petro-Canada set up a reporting system which will ensure that a manager be held accountable for each activity in its Official Languages Plan, and that he or she report on progress at regular intervals.

4. Translation

Until recently, translation was highly decentralized and the links between Petro-Canada's translators in Calgary and Montreal and those employed by its advertising agency were somewhat tenuous. A manager, who reports to the director of the Official Languages Program, has now been appointed to administer the translation function throughout the Corporation and take charge of quality control.

This step has not come a moment too soon. Although translation has generally been of good quality and done promptly, the lack of consistent policies on what should be translated and what should not, and what the priorities should be, threatened to cause serious problems. Manuals rendered obsolete by the reorganization are being re-written in English and many of them will be ready for translation at about the same time. In addition, a large number of forms have to be modified and the new versions must be carefully checked from the linguistic standpoint.

A revisor service has been available in Montreal for some time to assist employees writing in their second official language, but it does not appear to be well known. Employees should be encouraged to use it as an alternative to translation.

III. EQUALITY OF STATUS: TWO CONTENTIOUS ISSUES

It seems appropriate to mention at this stage two matters which have been (and still are) the cause of considerable concern to the Commissioner's Office.

1. The Corporation's Name and Trademark

In the Petro-Canada Act, the Corporation's name was spelled in the same way in both English and French contexts. Over the

years, a number of Francophones have pointed out that Petro-Canada without an accent on the "e" is not French, so in fact only the English version is being used. The new Constitution makes it all the more important to stress the equal status of the two official languages in federal matters.

The Corporation adopted as its logo PETRO-CANADA in capital letters with the top of the E running into the top of the T. It maintains that this device indicates tactfully the two spellings, with an accent in French and without one in English. However, this only addresses part of the problem, because the Corporation's name appears in upper and lower case in many contexts - correspondence, press releases, pamphlets, the annual report, and so on - and the Corporation invariably omits the accent in French in these cases.

In order to settle this matter once and for all, our Office has urged the Minister of Energy, Mines and Resources to put forward an amendment to the Petro-Canada Act which would legally establish the two spellings of the Corporation's name. In the meantime, we recommend that:

> the Corporation use an accent on the "e" in Petro-Canada in French texts to the extent possible pending amendment of the Petro-Canada Act.

2. Signage in Quebec

The second contentious matter has to do with signage at Petro-Canada service stations in Quebec. The Corporation consulted the Department of Justice on the subject in 1981 and apparently received an opinion to the effect that the Official Languages Act would not guarantee Petrofina (the holding company which, at the time, was owned partly by Petro-Canada and partly by

private interests) immunity from the provisions of Bill 101. Petro-Canada in consequence installed unilingual French signs at all its service stations in Quebec (elsewhere in the country, its policy was to provide them in both official languages wherever the official-language minority exceeds 10%).

At the outset, approximately 10% of Petro-Canada stations in Quebec were owned and operated by its subsidiary, about half of the remainder were leased to operators, and the rest were owned by independent businessmen selling Petro-Canada products under contract. Our Office pressed Petro-Canada to provide signs in both languages at the first two categories of stations in Quebec where the local population was largely Anglophone, but to no avail.

In May 1983, the Joint Parliamentary Committee on Official Languages made a formal recommendation that "the Government instruct Petro-Canada, as a Crown Corporation created as an instrument of government policy, to comply with the Official Languages Act and the Canadian Charter of Rights and Freedoms by erecting bilingual signs in all locations where there is a clientele requiring services in both official languages". At the end of the summer, Petro-Canada began to put up bilingual signs at the company-owned-and-operated stations in largely Anglophone areas of Quebec which it had recently acquired from BP (the former Fina stations in this category were in predominantly Francophone districts). By the end of 1983, 39 such stations had been reidentified in bilingual format. At the time of writing, Petro-Canada has not informed us what it intends to do about signs at leased stations in Quebec.

IV. PETRO-CANADA'S CORPORATE HEADQUARTERS IN CALGARY

We visited Calgary in August 1983. At the time, Petro-Canada had offices in about a dozen buildings in the city. In the coming months, most of its employees in these other locations in Calgary will move into the new Petro-Canada Centre.

Under section 9(1) the Official Languages Act, Petro-Canada has a duty to ensure that the public can obtain available services from it and communicate with it in both official languages at its head office.

1. Services to the Public

Reception: When we visited Calgary, there was a bilingual receptionist at the entrance of Canada Place, but most visitors went directly to the floor they wanted. Visitors to Corporate Services (which now deals with linguistic matters and liaison with local French-language associations), Public Affairs and the Executive Offices could be served readily in either official language - these were in fact the main points of contact with the public in the building.

Visitors wishing to enter the Centre Four building which housed various personnel branches had to sign the register at the entrance. The guards and floor receptionists were unilingual and they did not have instructions to call on the bilingual officers in the building to serve French-speaking visitors. Receptionists at the Seven Hundred Sixth Avenue building which housed the supply branch and the Western sales office were also unilingual and unaware that there were several bilingual officers in the building.

Security and reception in both towers of the new Petro-Canada Centre will be provided by an agency under contact. All badges, forms and passes issued to visitors should be in both languages, and we recommend that:

> **Petro-Canada ensure that there are at all times sufficient bilingual receptionists on the floors of Petro-Canada Centre where the public is received.**

Telephones: Most calls are made direct to individuals. Operators at the main switchboard identify the Corporation simply by "Petro-Canada". Several of them have taken courses on answering the telephone in French and can deal with simple questions in that language. They have instructions to pass more complicated enquiries in French to a bilingual officer.

Signs: In the buildings we visited, directory boards and signs at the entrance to the offices on each floor were in English. Signs on washrooms, photocopying rooms and so on were also in English. We were told that in the new buildings signs and notices in public access areas will be bilingual, with pictograms for secondary signs. Only the occupants' names appear on individual offices.

Public Affairs: The service as a whole has a good bilingual capability; nine out of its twenty employees are bilingual - three in Calgary, two in Ottawa, and four in Montreal. The Public Affairs sections in the three cities are linked electronically which makes the system very flexible: a press release, for example, can be prepared in one language in one city, translated in another, and distributed in both languages in all three simultaneously. Canada News Wire and Telbec are used to transmit releases to subscribers, and copies are also distributed to the Parliamentary Press Gallery. If spokesmen are required, bilingual senior

officials are available in Calgary, Montreal, Ottawa and Toronto.

Publications: General publications, such as the Annual Report, brochures on major projects, and the employee newspaper are published in both languages.

On the other hand, "On Site Insight", a series of pamphlets for employees in Calgary describing the construction and layout of the new Petro-Canada Centre building, was produced in English only as a survey of readers turned up only three requests for French.

Documentation of a technical kind produced primarily for oil industry specialists is generally in English. Technical information likely to be of interest to a wider audience - environmental studies, for example - should be made available in both languages. We therefore recommend that:

> **Petro-Canada review its technical publications and make available in French those for which there is a significant potential Francophone readership.**

Corporate Donations: The Corporation receives about 1,300 requests for donations each year. Contributions up to a certain figure can be authorized by the regions; larger amounts require the authorization of the director of the program in Calgary, or of a committee of senior officials. The director and her assistant have a working knowledge of French and there is a Francophone on the committee which makes the awards. Almost all requests come in writing and are dealt with by correspondence. Communications with Francophone organizations are in French. We noted that Petro-Canada has already made donations to Francophone cultural activities and organizations in Ontario, Manitoba, Alberta and New Brunswick, as well as in Quebec.

Recruitment: The standard application form used throughout the Corporation is bilingual but does not ask which language the applicant prefers for an interview, or even what languages the applicant speaks. Correspondence is answered in the official language which the applicant used, very often by means of form letters. The medical form is bilingual but the medical examiner's comments are not necessarily in the applicant's official language, even though the applicant has to declare that the report has been understood and it is correct. We have drawn the attention of the managers involved to these points.

The application forms for the various employee benefits and the agreement on confidentiality are bilingual. Information on benefits is provided in separate English and French kits and has been the subject of a series of articles in both languages in the employee newspaper.

In the past, the Corporate Headquarters played an active role in university recruitment. About ten universities were normally visited each year (including two or three Francophone universities), and many others were reached by correspondence. University recruitment has now been decentralized and the Corporate Headquarters is mainly concerned with planning and coordination, a role which should include making sure that recruiting teams have adequate bilingual capability and visit a fair selection of universities serving each official-language community.

Purchasing and Supply: The Business Services Division of Petro-Canada Resources in Calgary also purchases for the Corporate Office and the Western Region of Petro-Canada Products. Until recently, 90% of the bids it received came from firms in Western Canada. It is now making a deliberate effort to draw supplies from a wider area. It provided descriptions of its

purchasing policies and procedures in both English and French at trade fairs it attended in Toronto and Dartmouth (N.S.) early in the year, which was certainly a step in the right direction. However, at the time of our visit in August, we found that the division's bilingual capability was rather weak and many important forms were only available in English - purchase orders, change orders, sales agreements, industrial benefits questionnaires, Canadian and regional value added forms. We were told that the documents were being translated into French, and that Petro-Canada Products in Montreal (which has had bilingual forms for some time) handled most suppliers in Quebec. In order to ensure that Francophone suppliers can deal directly with Calgary in their own language if they wish, we recommend that:

Petro-Canada strengthen the bilingual capability of its purchasing organization in Western Canada so that it can deal with suppliers across the country in their preferred official language.

Stationery and Business Cards: Petro-Canada has now adopted standard formats for stationery and business cards throughout the Corporation. Letterheads will be bilingual, giving precedence to French in Quebec (that is to say, the address in French will appear to the left of the address in English), and to English elsewhere.

All the information on senior executives' business cards will be in both languages. Managers, sales representatives and other employees, however, can choose to have personal information such as their title in English, French or both languages, but in all cases the company name, e.g. Petro-Canada Products, appears in both languages.

2. Services to the Corporation

Under this heading we deal with the management systems and administrative and personnel procedures which affect the Corporation as a whole.

Personnel: The personnel manual was only available in English at the time of our audit. It will be revised extensively and be re-issued in English and French.

Petro-Canada plans to develop generic job descriptions for use throughout the Corporation, elements specific to individual jobs being added by local management. The project will involve considerable consultation and the need for good bilingual capability on the team is recognized.

A uniform method of appraising employees' performance is also being introduced. The guidelines for managers, the summary of the steps in the process and the appraisal forms will be bilingual. Appraisals are normally done in the language in which the employee is supervised. We recommend that:

> **Petro-Canada give its employees in areas where both official languages are commonly used the right to choose the language of their performance appraisal.**

A training philosophy and a five-year plan are being developed which will require input from across the Corporation and an awareness of the training programs available from public authorities and private institutions in French as well as those in English.

Similarly, language training policies should take into account the needs of Francophones, as well as Anglophones, and instruction should be provided in English and French on the same basis. We therefore recommend that:

Petro-Canada ensure that its training policies take equal account of the needs of Anglophone and Francophone employees.

Industrial relations: The small section in Calgary which coordinates the Corporation's industrial relations and safety policy has no bilingual capability. This may limit the range of its contacts within the Corporation and with the public and private sector in Quebec. Responsibility for day-to-day management of industrial relations and safety matters however is decentralized to local managers. We recommend that:

Petro-Canada ensure that the section at Corporate Headquarters which coordinates industrial relations and safety have sufficient bilingual capability to enable it to deal with its contacts in English or French.

Occupational health: There is some bilingual capability in the Calgary and Toronto units, and all the staff in the unit at the Montreal refinery are fluently bilingual.

Petro-Canada's safety data sheets, which describe the properties and hazards of several thousand chemicals encountered in the petroleum industry, were collected from many sources. Most of them are only in English at present. The standardization and up-dating of this material is a major undertaking and will not be finished before the end of 1985. We suggest that the revised sheets be translated and distributed as they are completed.

Administration: The Policy and Procedures, Approval and Authorization, and Purchasing manuals are only available in English. They are being extensively revised and will be reissued in both official languages. They should include reference to specific aspects of the Corporation's official languages policy where appropriate.

3. Language of Work

With the exception of the Corporate Affairs office, which handles language policy and has several Francophones and other bilingual people on its staff, the language of work in Calgary is English. Communications from Calgary to Montreal, apart from formal circulars and formal directives, are generally in English. Those in the reverse direction are also predominantly in English, but there is a small but growing trickle in French. In the fall of 1983, 140 employees in Calgary were enrolled in language training, but other initiatives are also required. We recommend that:

> **Petro-Canada study the relationship between its Corporate Headquarters and Montreal to see what must be done to increase the former's ability to handle documents and oral communications in French.**

At the Corporate Headquarters detachment in Ottawa, the director of the Official Languages Program and his assistant and the Public Affairs section work in both official languages. Board members and visiting officials receive secretarial, library, information and reception services in their official language.

4. Participation

We have been unable to obtain firm figures on the participation of Francophones at Corporate Headquarters. It appears to be

quite small. We have been told, however, that there are about 60 Francophones among the 3,000 employees in Petro-Canada's various operations in Calgary.

Several managers we spoke to said they needed more Francophones on staff for the sake of their business connections as well as to boost bilingual capability. We recommend that:

Petro-Canada progressively increase the number of Francophones at its Corporate Headquarters.

V. PETRO-CANADA PRODUCTS

We visited sales offices in the eastern half of the country during the spring and early summer of 1983 before the integration of BP began to affect them. During the same period, we audited the refinery at Pointe-aux-Trembles. Our visits to the headquarters units in Montreal and Toronto took place in July and August; by that time, integration was well under way.

1. Services to the Public in General

Reception: Telephone callers are greeted in both languages at the district offices in Ottawa and Moncton, and at the main numbers at headquarters in Place Ville Marie and the refinery at Pointe-aux-Trembles. The greeting elsewhere in Montreal is usually in French, but the receptionist immediately switches to English if it is evident that the caller is Anglophone. In Toronto, the greeting is in English.

The greeting should be in both languages in all bilingual areas. "Petro-Canada" is not sufficient alone, because it is pronounced differently in English and French; to ensure that

callers get the message that they can use either of the official languages, the receptionist has to add something else.

The public seldom has difficulty in communicating with Petro-Canada in either official language in Ottawa, Moncton or Montreal.

The headquarters unit in First Canadian Place in Toronto has a fair bilingual capability, but there is little at the other offices in the city. Media enquiries in either language are generally referred to the Public Affairs section in Montreal. Arrangements should be made to ensure that receptionists and others in frequent contact with the public can get assistance from bilingual employees quickly if they need it.

Correspondence: Letters from the public are answered in the correspondent's official language, translation being used if necessary. In cases where Petro-Canada writes first, unless the message is bilingual, the writer should make a point of finding out the recipient's language preference.

Signs: In the offices we visited, there were generally few signs or notices which would be normally seen by visitors. Signs at the entrance to buildings, floor indicators in elevators, and signs on office doors usually consisted of the Petro-Canada logo. Secondary signs on washrooms and so on tended to be in one language; we suggest that these be replaced with pictograms.

Publications: Petro-Canada Products uses the Corporation's general brochures which are bilingual.

Recruitment: Most vacancies at present are filled either by transfering employees or using inventories of applicants who have contacted the Corporation on their own initiative. Petro-Canada rarely advertises jobs nowadays. Application forms are bilingual and correspondence is answered in the language used by the applicant.

Students at universities in Quebec are interviewed in their preferred official language but candidates for non-professional positions are generally interviewed in the language they will use on the job. Elsewhere, English appears to be the rule. We recommend that:

> **Petro-Canada offer to interview candidates for positions at its Corporate Headquarters and in bilingual areas in the official language of their choice.**

Purchasing and Supply: Our Office is doing an audit of the language aspect of the procurement practices of a cross-section of federal agencies in Quebec, the results of which will be published separately. In the meantime, we should mention that although the engineering department at the refinery at Pointe-aux-Trembles has quite a good bilingual capability, we found that some basic documents, such as tender documents, terms and conditions, and special conditions, were only available in English at the time of our visit. These anomalies must be corrected.

2. Marketing Practices

Signs: The criterion which Petro-Canada uses to determine which service stations will have bilingual signs is the existence of an official-language minority constituting 10% or more of the local population. When we made our audit,

about 90 former Fina stations and six former Pacific Petroleums stations had been "identified" as bilingual and bilingual main signs had been installed, but we found that in a number of cases some of the secondary signs at these stations (instructions on equipment for customers' use, promotional posters, notices and so on) were still in only one language. Furthermore, because of Petro-Canada's interpretation of its position with regard to Bill 101, all signs at its stations in Quebec were in French at that time.

Stations with bilingual signs were concentrated in four areas: the Ontario part of the National Capital Region (where all Petro-Canada stations had bilingual signs), northern and eastern Ontario, and northern New Brunswick. There were besides isolated bilingual stations in French-speaking communities in Nova Scotia, and in St-Boniface (Winnipeg) and St-Albert (near Edmonton) in Western Canada.

Since our audit, Petro-Canada has begun converting the stations it acquired from BP to its own colours. Bilingual signs are being installed at 39 company-owned-and-operated stations in English-speaking communities in Quebec (see also page 8). Elsewhere, its usual criterion for bilingual signage is being applied.

Even so, only about 8 per cent of Petro-Canada's service stations will have bilingual signs unless Petro-Canada changes its present restrictive policy. For example, in New Brunswick, an officially bilingual province with no restrictions on the use of either language, bilingual signage remains the exception rather than the rule.

While we recognize that changing signs of a permanent or semi-permanent nature may involve considerable expense, this could be reduced by doing the work during routine repainting and refurbishing. We urge the Corporation to look ahead, and we recommend that:

> **Petro-Canada plan to install over a period of time bilingual main signs at all its service stations serving both linguistic communities, giving priority to those which serve substantial numbers from the minority community and/or the travelling public.**

Forms: Petro-Canada provides bilingual credit card application forms and credit sales slips at all its service stations across the country. Customers receive credit contracts and bills in the language indicated on their application. It sent out a note with its May and June 1983 bills asking customers to let it know if they were not receiving these services in the language they preferred.

Whenever Petro-Canada uses the two languages together on the same form, it makes a point of giving precedence to French in Quebec and to English elsewhere.

Petro-Canada should also make sure that its postmarks and imprints on credit slips are bilingual. In many cases this simply means using such words as "street" and "rue" in the address, or omitting them entirely.

Personal Service: It is much more difficult to ensure that service station employees communicate with customers in the official language of their choice. Service stations periodically change hands, and there is also a high turnover of employees such as attendants and cashiers.

Nevertheless, Petro-Canada has a clear obligation under the Official Languages Act to provide available services in both languages at stations located in bilingual areas and those serving significant numbers of travellers from both linguistic communities. The vocabulary needed by an attendant or cashier, for example, is very limited, and with two million students across the country studying a second official language in school, it should not be too difficult to recruit employees capable of learning the necessary phrases. We therefore recommend that:

Petro-Canada ensure that within two years all company-owned-and-operated stations in bilingual areas or serving significant numbers of travellers from both linguistic communities can provide appropriate services in English and French;

Petro-Canada negotiate with lessees operating stations in bilingual areas or serving significant numbers of travellers from both linguistic communities with the object of including a clause in their contract requiring them to provide appropriate services in English and French;

Petro-Canada prepare a booklet for service station operators explaining the Corporation's official languages policy as it applies to them.

Advertising: Petro-Canada uses the minority-language as well as the majority-language media for prestige and commercial advertising. It should also ensure that when its dealers in bilingual areas use its mats and logo, they advertise in both languages.

Dealer Relations: Petro-Canada Products distributes "Express", a quarterly bilingual newspaper for the trade, to its gasoline and heating oil dealers across the country.

Each year, Petro-Canada rates its dealers on product knowledge, customer relations, salemanship, good housekeeping, and so on. High scorers are enrolled in its Club Excellence and receive a certificate in their preferred official language. They are also invited to an annual convention. In previous years, these conventions have been held on a regional basis and have accorded only token recognition to the minority language. As it is planned to hold smaller, local conventions in future, the moment is opportune to remind the organisers that the two languages should be treated equitably, especially in areas where both languages are in common use.

Home Heating Oil: At the time of the audit, Petro-Canada marketed heating oil through subsidiaries, associated companies and independent dealers.

The subsidiaries used bilingual forms and promotional materials and provided customers with contracts, correspondence and accounts in their preferred official language. They have since been absorbed into Petro-Canada Products and trade under its name.

Associated companies and independent dealers use Petro-Canada's billing services in much the same way as service stations do.

3. Language of Work

Headquarters: In the past year or so, Petro-Canada Products has increased the use of French at its headquarters in

Montreal. Although a marked improvement in the status of French at the executive level has produced benefits right down the line, English still tends to predominate in such areas as finance and engineering.

We received 35 replies to a questionnaire we sent to 50 randomly selected employees at Place Ville Marie in July 1983. The 17 who responded in French told us that at least half the meetings they attended and their communications with supervisors and colleagues were in English; the same was the case with the internal documents they drafted, the reference materials at their disposal and the training they received. Most of them wanted more opportunities to work in their own language, but few wished to work exclusively in French. By contrast, the majority of the 18 who responded in English said they were able to do their work mainly or entirely in their own language and were content with the way things were. Neither group was entirely satisfied with the language aspect of internal services such as the pay and benefits sections.

Some headquarters units are located at First Canadian Place in Toronto. Communications between Toronto and Place Ville Marie are generally carried on in English, unless both parties are Francophones.

Translation facilities are now centralized in Montreal, apart from one part-time translator in Calgary. Language training is provided to 74 employees in Montreal and to a small number in Toronto; it is of course also available from local schools and universities.

In the Regions: We visited the Quebec Regional Office in March 1983. Since then, however, the structure has changed: the new Eastern Region comprises the old Atlantic and Quebec Regions, and includes the former BP employees in Quebec.

Although almost all the employees in the Ouebec Regional Office at the time were Francophone and worked very largely in French, Petro-Canada's manuals on personnel and administrative procedures were only available in English. In addition, several of the headquarters staff they had to deal with at Place Ville Marie did not speak French.

The 21 replies to the questionnaire we sent to 25 employees at the Regional Office showed that almost half of the 17 who responded in French wanted to do more of their written work in their own language. Interestingly, half wished to have reference materials in both languages. One-third wanted more French in internal services such as pay and benefits. We found the Francophones we talked to were very anxious not to lose their fluency in English, which they regarded as an important asset in marketing and sales. The employees who responded to our questionnaire in English said they used both languages, but would prefer to use English rather more often.

At the district offices in Moncton and Ottawa, we found that employees used both languages for internal work but that all their communications with colleagues and supervisors at the regional offices in Halifax and Toronto were in English. Since then, Halifax has ceased to be a regional office and Montreal deals directly with Moncton on most matters.

At the Montreal Refinery: The organization of the refinery at Pointe-aux-Trembles has not changed radically since we visited it in March 1983.

We found that both English and French were used in most parts of the refinery, but the mix varied according to the nature of the work and the language capabilities and preferences of the employees.

For example, chemical engineering work was largely done in English because the designs, drawings, standards and engineering manuals which apply to the refinery originated for the most part in the United States. In some cases, a few chapters have been translated. A greater proportion of construction and maintenance work was done in French and contractors' tradesmen were supervised in French.

Plant operators training manuals are written by supervisors in French or English and translated before being issued. We were told that a number of supervisors in the process sector had a limited knowledge of French, but we had difficulty in determining what this meant in practical terms: communications tend to pass down a chain of command rather than to be addressed to the whole group.

Petro-Canada's policy is to enable both Anglophones and Francophones to work in the language of their choice, with special emphasis on increasing the opportunities for employees to work in French. We sent a questionnaire to 57 refinery employees. The responses of the 25 who replied in French show that about half of them are supervised mainly or entirely in English and about the same proportion say they have only English reference materials. One-third of those who write reports as part of the job do so mainly or entirely in English. Most of them, however, receive internal services such as pay and benefits mainly or entirely in French. On the other hand, only one of the 10 who completed the questionnaire in English is supervised mainly or entirely in French. All of them communicate with colleagues to some extent in French (for most it was 50% of the time). In short, the questionnaire confirms what we found in our interviews: there is still a lot of room for improvement in this area, even after

making due allowance for the technical nature of the work and obligations to long-serving employees.

Language training is available to both Anglophones and Francophones. Courses are functional and cover accounts, personnel management, refinery operations, and so on, and the knowledge can be put into use right away. Most of the Anglophone students tend to be in the 40-to-45 age bracket and results seem to be rather mixed.

In this section, we have simply indicated some of the problem areas. It is up to Petro-Canada to examine the language-of-work situation in greater depth once the reorganization has been completed. We recommend that:

> **Petro-Canada monitor the language of work of its various components in bilingual areas and take the necessary steps to ensure that, as a general rule, employees can do a substantial part of their work in the official language of their choice..**

4. Equitable Participation

We were not able to get firm figures for the numbers of Anglophones and Francophones in Petro-Canada Products at the time of the audit. Managers told us that approximately 80% of the employees in Quebec were Francophones and 20% Anglophones, and that outside Quebec only a very small proportion of employees were Francophones.

Francophones occupy eight out of the twenty-six executive positions (vice-presidents, general managers and directors) in Petro-Canada Products, including half of those in Montreal. It is quite clear that they now have a real voice in mana-

gement, which was hardly the case before 1983.

There should of course be room for Anglophones as well as Francophones at all levels in Quebec. Similarly, Francophones should be encouraged to apply for positions elsewhere in Canada.

We therefore recommend that:

> **Petro-Canada make it a practice to consider applicants from both official language communities whenever it is recruiting or filling positions from inside the organization.**

VI. CONCLUSIONS AND LIST OF RECOMMENDATIONS

Petro-Canada's bilingual capability is good in the parts of the country where both official languages are in common use, but is rather limited at Corporate Headquarters in Calgary, and is generally poor elsewhere. Its efforts to remedy the deficiencies are inevitably piecemeal at present, because it does not possess the necessary tools to carry out a proper overhaul. More specifically, it needs a reliable inventory of the language skills of its employees, practical guidelines to help managers determine the language knowledge required to perform particular tasks, and a monitoring system to make sure that bilingual capability is being provided where it is needed.

Petro-Canada has generally displayed a commendable awareness of the Corporation's linguistic obligations in its public affairs and advertising activities. However, it continues to use the English spelling of its corporate name in all situations, despite the fact that an accent on the "e" in Petro-Canada is clearly required in French.

Over the past two years, Petro-Canada has taken steps to ensure that its gasoline and heating oil customers receive forms, leaflets and bills in the language they prefer.

The visual aspect of Petro-Canada's service stations, however, still causes some concern. On the one hand, the proportion of the 3,000 Petro-Canada stations in the country as a whole which are scheduled to have bilingual signs seems to be about 8 per cent, which is rather low considering the concentration of stations in Eastern Canada. On the other hand, it is encouraging to learn that bilingual signs were installed at 39 of its stations in predominantly English-speaking parts of Quebec by the end of 1983.

Petro-Canada will also need to come to grips with the difficult problem of providing customers with individual services in the language of their choice wherever there is significant demand. In practice, the arrangements may vary from one case to another, according to the clientele, and we would expect that it would rarely be necessary for all the personnel to be bilingual.

Although French is the main language of work within Petro-Canada in Quebec, English is also used quite extensively. Communications between Petro-Canada Products headquarters in Place Ville Marie and offices outside Quebec almost invariably take place in English. In addition, a survey we conducted in the Montreal area revealed that Francophones at Place Ville Marie and the refinery are in many cases not able to use French as much as they wish to. The situation has improved in the past two years, but clearly there is still much to be done.

Both languages are used in the district offices in Ottawa and at Moncton, at the corporate office in Ottawa, and in Corporate Services in Calgary. Elsewhere, English holds sway.

Petro-Canada is revising corporate administrative manuals, which have almost all been in English hitherto, and will re-issue them in both languages. Although manuals relating to sales, and the operators manuals at the Montreal refinery, have been available in both languages for some time, manuals on engineering subjects are generally available only in English throughout the Corporation.

We found that almost all internal forms in Quebec were bilingual but elsewhere they were usually in English only. Forms used throughout the Corporation are being standardized and re-issued in both languages.

We found it difficult to obtain reliable statistics on the participation of the two official language groups in Petro-Canada's activities. As far as we can determine, the proportions are about 75% Anglophones and 25% Francophones, with Francophones concentrated in Eastern Canada, mainly Quebec. There are no Francophones at the most senior levels in Calgary, but they are beginning to play an important role in Petro-Canada Products.

To sum up, Petro-Canada has made considerable progress over the past year and a number of recent initiatives will start to produce results in the coming months. It has, however, a long way to go and the momentum must be maintained. In this connection, an efficient monitoring system will be particularly important.

For the convenience of the reader, we list our recommendations below:

We recommend that Petro-Canada

1. prepare a series of practical guidelines to help managers and employees apply the Corporation's official languages policy consistently in their work (page 4)

2. produce general criteria for designating bilingual positions and designate a specialist at each main centre to advise managers on the subject (page 4)

3. ensure that raw data on the language capabilities of its employees and the participation of Anglophones and Francophones is gathered and analysed as soon as possible (page 5)

4. set up a reporting system which will ensure that a manager be held accountable for each activity in its Official Languages Plan, and that he or she report on progress at regular intervals (page 5)

5. use an accent on the "e" in Petro-Canada in French texts to the extent possible pending amendment of the Petro-Canada Act (page 7)

6. ensure that there are at all times sufficient bilingual receptionists on the floors of Petro-Canada Centre where the public is received (page 10)

7. review its technical publications and make available in French those for which there is a significant potential readership (page 11)

8. strengthen the bilingual capability of its purchasing organization in Western Canada so that it can deal with suppliers across the country in their preferred official language (page 13)

9. give its employees in areas where both official languages are commonly used the right to choose the language of their performance appraisal (page 14)

10. ensure that its training policies take equal account of the needs of both Anglophone and Francophone employees (page 15)

11. ensure that the section at Corporate Headquarters which coordinates industrial relations and safety have sufficient bilingual capability to enable it to deal with its contacts in English or French (page 15)

12. study the relationship between its Corporate Headquarters and Montreal to see what must be done to increase the former's ability to handle documents and oral communications in French (page 16)

13. progressively increase the number of Francophones at its Corporate Headquarters (page 17)

14. offer to interview candidates for positions at its Corporate Headquarters and in bilingual areas in the official language of their choice (page 19)

15. plan to install over a period of time bilingual main signs at all its service stations serving both linguistic communities, giving priority to those which serve substantial numbers from the minority community and/or the travelling public (page 21)

16. ensure that within two years all company-owned-and-operated stations in bilingual areas or serving significant numbers of travellers from both linguistic communities can provide appropriate services in English and French (page 22)

17. negotiate with lessees operating stations in bilingual areas or serving significant numbers of travellers from both linguistic communities with the object of including a clause in their contract requiring them to provide appropriate services in English and French (page 22)

18. prepare a booklet for service station operators explaining the Corporation's official languages policy as it applies to them (page 22)

19. monitor the language of work in its various components in bilingual areas and take the necessary steps to ensure that, as a general rule, employees can do a substantial part of their work in the official language of their choice (page 27)

20. make it a practice to consider applicants from both official language communities whenever it is recruiting or filling positions from inside the organization. (page 28)

COMMISSAIRE AUX LANGUES OFFICIELLES
COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES

Bureau du Commissaire aux langues officielles
66, rue Slater
Ottawa, K1A 0T8
Tél. (613) 995-7717

BUREAU DU COMMISSAIRE AUX LANGUES OFFICIELLES
DIRECTION DES PLAINTES ET DES VÉRIFICATIONS

VÉRIFICATION LINGUISTIQUE
PÉTRO-CANADA
MARS 1984

AVANT-PROPOS

Le Bureau du Commissaire aux langues officielles a mené la vérification de Pétro-Canada dans le cadre de son programme de vérification linguistique des organismes fédéraux. Il s'agissait de la première vérification linguistique menée auprès de cette société de la Couronne. Le présent rapport dépeint la situation telle qu'elle était en 1983.

TABLE DES MATIÈRES

		PAGE
I.	INTRODUCTION	1
	1. La Société	1
	2. Portée de la vérification	2
	3. Méthodologie	2
II.	ADMINISTRATION DU PROGRAMME DES LANGUES OFFICIELLES	2
	1. Généralités	2
	2. Politique des langues officielles	3
	3. Plans des langues officielles	5
	4. Traduction	6
III.	ÉGALITÉ DE STATUT: DEUX SUJETS DE CONTROVERSE	7
	1. Raison sociale et marque de commerce de la société	7
	2. Affichage au Québec	8
IV.	SIÈGE SOCIAL DE LA SOCIÉTÉ PÉTRO-CANADA A CALGARY	9
	1. Services au public	9
	2. Services à l'entreprise	15
	3. Langue de travail	17
	4. Participation	18
V.	LES PRODUITS PÉTRO-CANADA	18
	1. Services au public en général	19
	2. Marketing	21
	3. Langue de travail	26
	4. Participation équitable	30
VI.	CONCLUSION ET LISTE DES RECOMMANDATIONS	31

I. INTRODUCTION

1. La Société

Pétro-Canada a été créé en 1975 par une loi du Parlement qui prévoyait en outre l'installation de son siège social à Calgary. Société de la Couronne, Pétro-Canada est assujettie à la Loi sur les langues officielles.

A ses débuts, la société s'occupait surtout d'exploration et de production mais, avec l'acquisition de Pacific Petroleums, en 1979, elle entrait dans le champ du raffinage et de la distribution. Pétro-Canada adoptait donc son propre profil de marketing et, en 1981, faisait une offre d'achat de Pétrofina Canada Inc. Enfin, l'année suivante, une autre offre était faite et acceptée, cette fois pour les structures "en aval" de B.P. Canada. La société a aussi acquis un certain nombre d'autres entreprises dans les secteurs de l'exploration et de la production.

En 1982, la société rationalisait ses structures en regroupant ses composantes sous deux divisions distinctes : Ressources Pétro-Canada pour l'exploration et la production, et Les Produits Pétro-Canada pour l'exploitation des raffineries et la commercialisation des produits du pétrole. Parallèlement, la société entreprenait la réorganisation de ses systèmes d'administration et de gestion de même que la normalisation de ses formulaires et de ses pratiques administratives.

A la fin de 1983, Pétro-Canada comptait un peu plus de 6 000 employés, occupait environ 14,3 % du marché canadien des produits pétroliers et vendait de l'essence et des produits pour automobiles d'un océan à l'autre grâce à un réseau de près de 3 000 stations-service.

2. Portée de la vérification

Par notre vérification, nous voulions déterminer dans quelle mesure Pétro-Canada respectait l'esprit et la lettre de la Loi sur les langues officielles.

Nous avons surtout porté notre attention sur le siège social de la société et sur Les Produits Pétro-Canada vu que c'est de là qu'originent la plupart des décisions à incidence linguistique et parce que l'on y retrouve le plus large éventail de contacts avec le public.

3. Méthodologie

Le présent rapport se fonde sur 75 entrevues avec des cadres, des gestionnaires et des employés de Pétro-Canada; des sondages sur la langue de travail à Montréal; l'examen des publications, formulaires, manuels et rapports; l'examen de l'affichage dans les stations-service; et l'étude des plaintes et de la correspondance au sujet de la société.

La cueillette des données a débuté en mars 1983, pour se terminer en août de la même année, après une période d'interruption demandée par la société qui en était à une phase cruciale de sa réorganisation. Nous avons visité des bureaux à Calgary, Ottawa, Toronto et Moncton, et nous nous sommes rendus à Montréal à plusieurs reprises.

II. ADMINISTRATION DU PROGRAMME DES LANGUES OFFICIELLES

1. Généralités

Avant l'acquisition de Pétrofina en 1981, on avait peu souvent l'occasion d'utiliser le français et le traducteur et les quelques employés bilingues du siège social suffisaient à la tâche.

Avec l'acquisition de Pétrofina, la société obtenait aussi une vaste clientèle francophone et se trouvait en présence de problèmes linguistiques qu'elle n'avait encore jamais connus. On a confié la responsabilité première de l'élaboration et de la mise en oeuvre du programme des langues officielles au vice-président des Affaires environnementales et sociales et à un conseiller spécial embauché pour le seconder dans ce travail.

Pétro-Canada a opté pour les contacts personnels comme principal moyen de communication avec les cadres, les spécialistes et les chefs de services. Cette méthode, malgré ses avantages évidents, n'est pas sans inconvénients; il faut du temps pour ces multiples rencontres, surtout lorsqu'elles sont tenues à des centaines de kilomètres de distance.

Vers la fin de 1981, Pétro-Canada a fait appel aux services d'un expert-conseil pour rédiger une politique des langues officielles et pour la conseiller quant à la gestion du programme et à ses priorités en matière de traduction. On a adopté la politique actuelle en janvier 1982 pour ensuite la communiquer aux gestionnaires. En août 1982, on la publiait également dans le journal des employés, L'Explorateur.

Au début de 1982, Pétro-Canada nommait son premier directeur divisionnaire du Programme des langues officielles. Son bureau est à Ottawa mais il relève du vice-président des Services généraux qui est à Calgary.

2. Politique des langues officielles

Le texte de la politique des langues officielles de Pétro-Canada tient en trois brefs paragraphes:

"(1) Petro-Canada doit s'assurer que des services et des communications à l'intention du public soient offerts dans les deux langues au siège social à Calgary, dans la région de la capitale nationale et dans les autres régions où les deux langues sont couramment en usage.

(2) Petro-Canada s'est engagée à permettre aux francophones et aux anglophones de travailler dans la langue de leur choix, selon les exigences du poste, dans la région de la capitale nationale et dans les régions où les deux langues sont couramment en usage.

(3) Petro-Canada s'est engagée à obtenir une représentation raisonnable de francophones et d'anglophones au sein de la société."

Dans une circulaire, le président du Conseil d'administration et directeur général déclarait sans équivoque qu'il incombe à "tout le personnel administratif, aux directeurs et aux autres personnes dont on pourrait exiger la collaboration", de mettre la politique en oeuvre.

Les grands changements survenus au cours de la dernière année et l'arrivée de tous les employés de BP ont rendu extrêmement difficile la communication verbale de la politique linguistique. On recourt de plus en plus aux directives écrites, aux guides de symbolisation et autres documents du genre, mais jusqu'à maintenant ils étaient plutôt destinés aux spécialistes. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

de préparer une série de lignes directrices visant à aider les gestionnaires et les employés à intégrer à leur travail, et de façon systématique, la politique des langues officielles.

Nous estimons que, dans les sociétés de la Couronne, il y a place pour une certaine latitude dans la désignation des postes bilingues; toutefois, il nous apparaîtrait peu prudent d'en laisser l'entière responsabilité aux chefs de services. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

d'établir les paramètres en vue de la désignation des postes bilingues et de nommer, dans ses principaux centres, un spécialiste dont la tâche consisterait à conseiller les gestionnaires en la matière.

Actuellement, il est impossible d'obtenir des données précises sur le nombre d'employés bilingues ou sur leur répartition au sein de la société. Il n'existe évidemment pas non plus de statistiques sur la langue officielle première des employés. Selon ce que nous avons appris, ce genre de données ne sera disponible qu'une fois la deuxième phase du nouveau système d'information central sur les ressources humaines complétée en 1984. Entretemps, nous recommandons à Pétro-Canada:

de recueillir et d'analyser le plus tôt possible des données brutes sur la capacité linguistique de son personnel et la participation des deux groupes linguistiques.

3. Plan des langues officielles

Pétro-Canada a soumis son premier plan des langues officielles au Conseil du Trésor en mars 1982. On y décrivait la situation à l'époque et les progrès réalisés au cours des douze mois précédents et on y exposait les grandes lignes d'un ambitieux programme pour l'année suivante. Plusieurs des étapes proposées n'ont pu être franchies avant l'année subséquente et dans certains cas, la société est encore très loin du but. Le deuxième plan a été soumis en janvier 1983.

A notre avis, l'attribution des responsabilités et l'absence de mécanismes de suivi constituent les grandes lacunes de ces deux plans. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

de mettre sur pied un système d'imputabilité permettant de tenir chaque gestionnaire responsable des activités prévues à son plan des langues officielles et de s'assurer qu'il présente régulièrement des rapports de situation.

4. Traduction

Jusqu'à tout récemment, les services de traduction étaient très décentralisés et les liens entre les traducteurs de Montréal, ceux de Calgary et les autres, à l'emploi de son agence de publicité, étaient plutôt ténus. Cependant, la responsabilité de l'ensemble des services de traduction et du contrôle de la qualité a été attribuée par la suite à un gestionnaire qui relève du directeur divisionnaire du Programme des langues officielles.

Il était d'ailleurs temps parce que malgré la célérité et la qualité du travail des traducteurs, l'absence de lignes de conduite cohérentes sur les priorités risquait de causer de sérieux problèmes. Ainsi, les manuels rendus désuets par la réorganisation sont récrits en anglais et beaucoup arriveront à la traduction à peu près en même temps. De même, un grand nombre de formulaires doivent être modifiées et la qualité linguistique des nouvelles versions devra être soigneusement vérifiée.

Depuis un certain temps, un service de révision de textes est à la disposition des employés de Montréal qui rédigent dans leur deuxième langue mais, semble-t-il, ce service est peu connu. Il faudrait amener les employés à recourir davantage à ce service et moins à la traduction.

III. ÉGALITÉ DE STATUT: DEUX SUJETS DE CONTROVERSE

Il convient de mentionner ici deux points qui préoccupent beaucoup le Bureau du Commissaire depuis un certain temps déjà.

1. Raison sociale et marque de commerce de la société

Dans la Loi sur la Société Petro-Canada, le nom de la société est écrit de la même façon en anglais et en français. Depuis l'adoption de cette loi, un certain nombre de francophones ont fait remarquer que cette graphie n'est pas du français et qu'ainsi, seule la version anglaise est utilisée. D'ailleurs, notre nouvelle Constitution rend encore plus important l'égalité de statut des deux langues officielles pour tout ce qui touche le gouvernement fédéral.

La société a adopté comme marque de commerce PETRO-CANADA écrit en majuscules avec un trait horizontal joignant le haut du E et du T. Elle soutient que cet artifice rend très bien les deux graphies, avec l'accent pour le français et sans accent pour l'anglais. Cependant, cette façon de procéder ne règle qu'une partie du problème puisque le nom de la société apparaît aussi bien en lettres majuscules qu'en lettres minuscules dans de nombreux contextes - correspondance, communiqués de presse, dépliants, rapports annuels, etc. - et que la société omet invariablement l'accent en français.

Afin de régler la question une fois pour toutes, notre Bureau a demandé instamment au ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources de proposer une modification à la Loi sur la Société Petro-Canada pour que les deux graphies du nom de la société soient légalisées. Entretemps, nous recommandons à Pétro-Canada:

de mettre un accent sur le "e" du nom de la société utilisé en français lorsque c'est possible, d'ici la modification de la Loi sur la Société Petro-Canada.

2. Affichage au Québec

La deuxième question est celle de l'affichage dans les stations-service de Pétro-Canada au Québec. En 1981, la société a demandé un avis juridique à ce sujet au ministère de la Justice qui jugeait alors que la Loi sur les langues officielles n'exemptait pas Pétrofina (alors société mixte appartenant en partie à Pétro-Canada et en partie à des intérêts privés) des dispositions de la Loi 101. Pétro-Canada a donc installé des affiches unilingues françaises dans toutes ses stations-service du Québec (ailleurs au pays, elle fournissait les affiches dans les deux langues officielles partout où la minorité comptait pour plus de 10 % de la population).

Au début, la filiale possédait et exploitait elle-même environ 10 % des stations-service Pétro-Canada du Québec. Elle louait près de la moitié des autres stations à des exploitants et l'autre moitié appartenait à des commerçants qui vendaient les produits Pétro-Canada sous contrat. Nous avons insisté auprès de la société pour qu'elle fournisse des affiches dans les deux langues aux stations-service appartenant à la filiale ou exploitées ou louées par elle dans les régions du Québec comptant un pourcentage important d'anglophones mais toutes nos démarches sont restées vaines.

En mai 1983, le Comité mixte spécial du Parlement sur les langues officielles recommandait : "Que le gouvernement ordonne à Pétro-Canada, en tant que Société de la Couronne et instrument de la politique gouvernementale, de se conformer à la Loi sur les langues officielles et à la Charte canadienne des droits et libertés et de placer des affiches bilingues partout où une

clientèle exige ces services dans les deux langues officielles." A la fin de l'été, Pétro-Canada commençait à installer des affiches bilingues dans les stations-service qu'elle avait récemment acquises de BP et qu'elle exploitait dans des régions du Québec à forte concentration anglophone (les anciennes stations Fina de cette catégorie se trouvant dans des régions à forte prédominance francophone). En effet, à la fin de 1983, l'affichage était dans les deux langues à 39 de ces stations. Au moment de la rédaction de ce rapport, la société ne nous avait pas informé de ce qu'elle entendait faire au sujet de l'affichage dans les stations-service en location au Québec.

IV. SIÈGE SOCIAL DE LA SOCIÉTÉ PÉTRO-CANADA À CALGARY

Lorsque nous nous sommes rendus à Calgary en août 1983, Pétro-Canada occupait des bureaux éparpillés dans une douzaine d'immeubles de la ville. Au cours des prochains mois, la plupart des employés de ces bureaux seront relogés dans le nouveau Centre Pétro-Canada.

En vertu de l'article 9(1) de la Loi sur les langues officielles, il incombe à Pétro-Canada de veiller à ce que le public puisse obtenir ses services et communiquer avec elle dans les deux langues officielles à son siège social.

1. Services au public

Réception - Lors de notre passage à Calgary, il y avait une réceptionniste bilingue à l'entrée de l'immeuble Place Canada mais la plupart des visiteurs se rendaient directement à l'étage où ils avaient affaire. Aux Services généraux (qui s'occupent des questions linguistiques et des relations avec les associations francophones locales), aux Affaires publiques et à la haute direction, les visiteurs obtenaient aisément le service dans la langue officielle de leur choix; ces bureaux

sont, à toutes fins utiles, les principaux points de contacts avec le public dans cet immeuble.

A l'immeuble Centre Four, qui loge des services de personnel, les visiteurs devaient signer un registre à l'entrée. Les gardiens et les réceptionnistes d'étage étaient tous unilingues et ils n'avaient pas reçu la consigne de faire appel à un agent bilingue de l'immeuble pour traiter avec les francophones. Les réceptionnistes du 700, 6e avenue, qui loge les services des approvisionnements et le bureau des ventes pour l'Ouest, étaient aussi unilingues et ignoraient la présence de plusieurs agents bilingues dans l'immeuble.

Les services de sécurité et de réception dans les deux tours du nouveau Centre Pétro-Canada seront assurés par une agence contractante. Tous les écussons, les formulaires et les laissez-passer remis aux visiteurs devraient être dans les deux langues officielles et, de plus, nous recommandons à Pétro-Canada:

> de s'assurer qu'il y aura en tout temps un nombre suffisant de réceptionnistes bilingues à tous les étages du Centre Pétro-Canada accessibles au public.

Téléphones - En général, chaque employé reçoit directement ses appels. Pour leur part, les téléphonistes du standard principal identifient l'organisme par un simple "Petro- Canada". Plusieurs de ces téléphonistes ont suivi des cours sur le protocole téléphonique français et peuvent répondre aux questions simples dans cette langue. Elles ont également reçu la consigne de référer les demandes de renseignements complexes en français à des agents bilingues.

Affichage - Dans les immeubles visités, les tableaux d'orientation et les panneaux à l'entrée des bureaux de tous les étages étaient en anglais, tout comme l'affichage dans les chambres de toilette, les salles de photocopie, etc. On nous a cependant assurés que dans les nouveaux immeubles, l'affichage dans les aires accessibles au public sera bilingue et que des idéogrammes serviront pour les panneaux secondaires. Seuls les noms des occupants sont inscrits à la porte des bureaux individuels.

Affaires publiques - Dans l'ensemble, ce service possède une bonne capacité bilingue avec neuf employés bilingues sur vingt (trois à Calgary, deux à Ottawa et quatre à Montréal). Les sections des affaires publiques dans ces trois villes sont reliées par des moyens de communication électroniques, ce qui permet par exemple de rédiger un communiqué de presse dans une langue à Calgary, de le traduire à Montréal et de le diffuser simultanément dans les deux langues dans les trois villes. On recourt aux services de Canada News Wire et Telbec pour transmettre les communiqués aux abonnés, et l'on dépose également des copies à la Tribune parlementaire de la presse. Lorsqu'il faut déléguer un porte-parole, on peut compter sur un cadre supérieur bilingue, que ce soit à Calgary, à Montréal, à Ottawa où à Toronto.

Publications - Les publications de nature générale comme les rapports annuels, les brochures sur les grands projets et le journal des employés, paraissent toutes dans les deux langues.

Par contre, on a publié uniquement en anglais "On Site Insight", série de dépliants sur la construction et l'aménagement du Centre Pétro-Canada destinée aux employés de Calgary, parce que dans le sondage préliminaire, seulement trois employés avaient exprimé le désir de recevoir ces dépliants en français.

La documentation de nature technique destinée principalement aux spécialistes de l'industrie est habituellement unilingue anglaise. La société devait cependant publier automatiquement dans les deux langues les documents techniques susceptibles d'intéresser un vaste public, par exemple, les études d'impact sur l'environnement. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada :

de revoir l'ensemble de ses publications techniques et d'offrir en version française celles qui sont susceptibles d'intéresser un nombre important de lecteurs francophones.

Dons de la société - Chaque année, la société reçoit environ 1 300 demandes de dons. Les bureaux régionaux peuvent autoriser les dons n'excédant pas un certain montant mais dans les cas des grosses sommes, il faut obtenir l'autorisation du directeur du programme à Calgary ou d'un comité de cadres supérieurs. Le directeur et son adjoint possèdent une connaissance pratique du français et un francophone fait partie du comité qui approuve les dons. Presque toutes les demandes et les échanges se font par écrit, les communications avec les organismes francophones étant en français. En vertu de ce programme, Pétro-Canada a déjà contribué financièrement à des activités culturelles francophones en Ontario, au Manitoba, en Alberta, au Nouveau-Brunswick, ainsi qu'au Québec.

Recrutement - Le formulaire de demande d'emploi de la société est bilingue mais on n'y demande pas dans quelle langue le candidat préfère subir son entrevue ni même quelle(s) langue(s) il parle. La société répond à la correspondance dans

la langue utilisée par chaque candidat, souvent au moyen de lettres types. Le formulaire d'examen médical est aussi bilingue mais les commentaires du médecin ne sont pas nécessairement dans la langue officielle du candidat et pourtant, celui-ci doit signer une déclaration à l'effet qu'il comprend le rapport et qu'il le juge exact. Nous avons porté ces anomalies à l'attention des gestionnaires en cause.

Les formulaires se rapportant aux différents avantages sociaux des employés et la promesse de confidentialité sont bilingues. L'information sur les avantages sociaux est offerte dans des trousses distinctes en français et en anglais et le journal des employés a publié une série d'articles dans les deux langues à cet égard.

Par le passé, le siège social de la société était très actif dans le recrutement universitaire. Les représentants de Pétro-Canada visitaient environ dix universités chaque année (dont deux ou trois universités francophones) et communiquaient avec beaucoup d'autres par écrit. Le recrutement universitaire est maintenant décentralisé et le siège social s'occupe surtout de planification et de coordination, fonctions qui devraient prévoir l'obligation de s'assurer que les équipes de recrutement possèdent une capacité bilingue adéquate et visitent un nombre équitable d'universités de chaque groupe linguistique.

Achats et approvisionnements - La Division des services d'affaires de Ressources Pétro-Canada à Calgary s'occupe des achats pour le siège social et le bureau de l'Ouest des Produits Pétro-Canada. Jusqu'à tout récemment, 90 % des soumissions qu'elle recevait provenaient d'entreprises de l'Ouest canadien. La Division s'efforce maintenant d'étendre ses sources d'approvisionnement. Ainsi, lorsqu'elle a participé aux foires

commerciales de Toronto et de Dartmouth (N.-É.) au début de 1983, elle en a profité pour distribuer de l'information sur sa politique d'achat et les procédures à suivre; cette information étant dans les deux langues, ce qui constitue un pas dans la bonne direction. Cependant, lors de notre visite en août, nous avons constaté que la capacité bilingue de la Division était plutôt faible et que de nombreux formulaires d'importance (commandes, modifications, accords de vente, questionnaires concernant les avantages aux industries canadiennes, formules sur la valeur ajoutée canadienne et régionale) ne sont disponibles qu'en anglais. On nous a dit que les documents étaient en voie de traduction et que Les Produits Pétro-Canada à Montréal, qui possède des formulaires bilingues depuis quelque temps déjà, traite avec la plupart des fournisseurs québécois. Afin que les fournisseurs francophones qui le désirent puissent traiter directement avec Calgary dans leur langue, nous recommandons à Pétro-Canada:

> **de rehausser la capacité bilingue de son service des acquisitions dans l'Ouest canadien de sorte qu'il puisse traiter avec les fournisseurs de tout le pays dans la langue officielle de leur choix.**

Fournitures de bureau et cartes d'affaires - Pétro-Canada a normalisé toutes ses fournitures de bureau et ses cartes d'affaires. Les en-têtes de lettres sont bilingues, le français ayant préséance au Québec (c'est-à-dire l'adresse en français étant donnée à gauche et l'adresse en anglais à droite) et l'anglais ailleurs.

Tous les renseignements des cartes d'affaire des cadres supérieurs seront bilingues. Les gestionnaires, les représentants des ventes et les autres employés peuvent cependant choisir

d'avoir les renseignements personnels comme leur titre, en anglais, en français ou dans les deux langues, mais dans tous les cas, le nom de l'entreprise, par exemple, Les Produits Pétro-Canada, est imprimé dans les deux langues.

2. Services à l'entreprise

Sous cette rubrique, nous abordons les systèmes de gestion, les procédures administratives et les services du personnel qui ont une incidence sur l'ensemble de la société Pétro-Canada.

Personnel - Le manuel du personnel n'était disponible qu'en anglais au moment de notre vérification, mais il sera revu en profondeur puis réimprimé en anglais et en français.

Pétro-Canada prévoit rédiger des descriptions de postes types d'usage général auxquelles les directions locales ajouteront les éléments spécifiques à chaque poste. Ce projet exigera de nombreuses consultations et on reconnaît à la société que les équipes de rédaction devront posséder une excellente capacité bilingue.

La société implantera aussi une méthode uniforme d'appréciation du rendement des employés. Les lignes de conduite à l'intention des gestionnaires, le résumé des étapes de l'appréciation ainsi que les formulaires d'appréciation seront bilingues. Actuellement, les appréciations se font en général dans la langue de supervision de chaque employé. Nous recommandons à Pétro-Canada:

> d'accorder aux employés travaillant dans des secteurs où les deux langues officielles sont d'usage courant, le droit de choisir la langue de leurs appréciations du rendement.

Pétro-Canada aura bientôt une politique et un plan quinquennal de formation élaborés suite à une consultation à travers toute la compagnie, et à la lumière des programmes de formation offerts par les administrations publiques et les établissements privés, tant en français qu'en anglais.

De même, les lignes de conduite en matière de formation linguistique devraient être élaborées en fonction des besoins des francophones et des anglophones et les cours devraient être offerts en français et en anglais, conformément aux besoins reconnus. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

de s'assurer que ses lignes de conduite en matière de formation tiennent également compte des besoins des employés francophones et des employés anglophones.

Relations de travail - A Calgary, la petite section qui coordonne les relations de travail et le code de sécurité de l'organisme n'a aucune capacité bilingue. Une telle situation peut entraver la portée de ses contacts au sein même de l'organisme et avec les secteurs privé et public du Québec. Toutefois, la gestion quotidienne des relations de travail et des questions de sécurité incombe aux gestionnaires locaux. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

de faire en sorte que la section au siège social qui coordonne les relations de travail et la sécurité soit dotée d'un effectif bilingue lui permettant de communiquer aussi bien en français qu'en anglais.

Hygiène au travail - Les unités de Calgary et de Toronto possèdent une certaine capacité bilingue et tout le personnel de l'unité à la raffinerie de Montréal parle couramment les deux langues.

Les fiches de données sur la sécurité contiennent des renseignements sur les propriétés et les risques de plusieurs milliers de produits chimiques de l'industrie pétrolière et proviennent de nombreuses sources. Pour le moment, la plupart ne sont qu'en anglais. La normalisation et la mise à jour de ces fiches est un travail de longue haleine qui ne sera terminé qu'à la fin de 1985. Nous suggérons que les fiches soient traduites et distribuées au fur et à mesure de leur révision.

Administration - Les manuels Policy and Procedures, Approval and Authorization et Purchasing n'existent pour le moment qu'en anglais. On procède actuellement à une refonte complète de ces manuels dont les versions modifiées seront produites dans les deux langues officielles. On devrait en profiter pour y insérer, là où il y a lieu, des références aux aspects pertinents de la politique des langues officielles de la société.

3. Langue de travail

Mis à part le bureau des Services généraux qui s'occupe de la politique linguistique et compte plusieurs francophones ainsi que d'autres employés bilingues, l'anglais est la langue de travail à Calgary. Les communications de Calgary vers Montréal, à l'exception des circulaires et des directives officielles, sont habituellement en anglais. De Montréal à Calgary, les communications sont aussi en anglais la plupart du temps mais on observe toutefois un nombre encore très faible mais croissant, de communications en français. A l'automne 1983, 140 employés étaient inscrits à des cours de français à Calgary, mais cela ne suffit pas en soi. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

d'étudier les rapports entre son siège social et le bureau de Montréal afin de déterminer ce qui doit être fait en vue

d'accroitre sa capacité de communication verbale et écrite en français avec le bureau de Montréal.

Au détachement du siège social à Ottawa, le directeur divisionnaire du Programme des langues officielles et son adjoint de même que la Section des affaires publiques travaillent dans les deux langues. Les membres du conseil d'administration et les agents de passage reçoivent les services de secrétariat, de bibliothèque, d'information et de réception dans la langue officielle de leur choix.

4. Participation

Il nous a été impossible d'obtenir des chiffres officiels sur la participation des francophones au siège social de la société, mais, selon toute vraisemblance, il y en a très peu. Par contre, nous avons appris qu'il y a environ 60 francophones parmi les 3 000 employés de la société en poste dans les différents bureaux de Calgary.

Plusieurs gestionnaires avec qui nous avons parlé soutenaient qu'il fallait un plus grand nombre de francophones pour les besoins de leurs relations commerciales et pour accroître la capacité bilingue de l'organisme. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

d'accroître progressivement le nombre de francophones à son siège social.

V. LES PRODUITS PÉTRO-CANADA

Nous avons visité les bureaux des ventes de la moitié est du pays au printemps et au début de l'été 1983, c'est-à-dire avant qu'ils ne soient touchés par l'intégration de BP. Pendant la

même période, nous avons vérifié la situation à la raffinerie de Pointe-aux-Trembles. En juillet et août, nous avons visité les unités du siège social à Montréal et Toronto et à cette époque, l'intégration de BP était bien engagée.

1. Services au public en général

Réception - Aux bureaux de district d'Ottawa et de Moncton et aux principaux bureaux de Place Ville-Marie (Montréal) et de la raffinerie de Pointe-aux-Trembles, on répond au téléphone dans les deux langues officielles. Ailleurs à Montréal on répond habituellement en français mais les réceptionnistes passent tout de suite à l'anglais s'il est évident que l'interlocuteur est anglophone. A Toronto, on répond au téléphone en anglais.

Dans toutes les régions bilingues, on devrait répondre au téléphone dans les deux langues officielles. Il n'est pas suffisant de répondre "Petro-Canada" parce que la prononciation diffère en anglais et en français; pour être bien sûr qu'une personne qui téléphone à un bureau de Pétro-Canada comprend qu'elle peut parler dans la langue officielle de son choix, il faut que les réceptionnistes ajoutent quelque chose d'autre.

Il est pratiquement toujours possible de communiquer avec Pétro-Canada dans l'une ou l'autre langue officielle à Ottawa, Moncton et Montréal.

A l'immeuble First Canadian Place de Toronto, l'unité du siège social possède une capacité bilingue passable, contrairement aux autres bureaux de la ville où cette capacité est très faible. Les demandes de renseignements des médias, qu'ils soient dans une langue ou dans l'autre, sont habituellement transmises à la Section des affaires publiques à Montréal. La société devrait prendre des dispositions afin que les réceptionnistes et les

autres employés fréquemment en contact avec le public puissent obtenir rapidement de l'aide des employés bilingues en cas de besoin.

Correspondance - On répond aux lettres dans la langue officielle du correspondant, par l'intermédiaire des services de traduction au besoin. Lorsque Pétro-Canada envoie la première lettre d'un échange, les rédacteurs devraient se faire un devoir d'établir la préférence linguistique du destinataire, à moins que le message ne soit bilingue.

Affichage - Dans la plupart des bureaux que nous avons visités, il y avait très peu d'affiches et d'avis à la vue des visiteurs. Les affiches à l'entrée des immeubles, les indicateurs d'étage dans les ascenseurs et les pancartes sur les portes des bureaux consistaient le plus souvent de la marque de commerce de Pétro-Canada. Les panneaux accessoires, par exemple sur les portes des toilettes, étaient très souvent dans une seule langue; nous suggérons à la société de les remplacer par des idéogrammes.

Publications - Les Produits Pétro-Canada utilisent les brochures générales de la société qui sont toutes bilingues.

Recrutement - Actuellement, la plupart des postes vacants sont comblés par des mutations internes ou par la voie des listes des candidats qui ont postulé un emploi de leur propre chef. Pour le moment, Pétro-Canada annonce rarement les postes à combler. Les formulaires de demande d'emploi sont bilingues et on répond à la correspondance dans la langue des postulants.

Les entrevues accordées aux étudiants des universités du Québec se font dans la langue officielle de leur choix, mais on interviewe les candidats aux emplois non spécialisés dans la langue exigée par le poste à combler. Dans les autres cas, il

semble que l'anglais soit la langue des entrevues. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

d'offrir aux candidats aux postes du siège social et dans les régions bilingues la possibilité de choisir la langue officielle des entrevues.

Achats et approvisionnements - Notre Bureau mène actuellement une vérification de l'aspect linguistique des méthodes d'approvisionnement d'un échantillon d'organismes fédéraux au Québec et publiera un rapport sur le sujet. Entretemps, il faut mentionner que même si le service de génie de la raffinerie de Pointe-aux-Trembles possède une excellente capacité bilingue, nous avons observé que certains documents de base, comme les documents des appels d'offres, les clauses types et les clauses particulières, n'étaient qu'en anglais au moment de notre visite. Il faudrait absolument corriger de telles anomalies.

2. Marketing

Affichage - Pour déterminer dans quelles stations-service elle installera des affiches bilingues, la société se fonde sur l'existence d'un groupe minoritaire de langue officielle constituant au moins 10 % de la population. Au moment de notre vérification, la société avait ainsi installé ses principales affiches dans les deux langues officielles dans environ 90 anciennes stations Fina et six Pacific Petroleums. Nous avons cependant constaté que dans certaines de ces stations, les affiches secondaires (instructions sur le matériel à l'usage des clients, affiches publicitaires, avis, etc.) n'étaient encore que dans une seule langue. De plus, en conséquence directe de l'interprétation que Pétro-Canada donne à la Loi 101, toutes ses affiches étaient alors uniquement en français au Québec.

Les stations-service où on retrouvait des affiches bilingues étaient concentrées dans quatre régions: la partie ontarienne de la région de la Capitale nationale (où toutes les stations Pétro-Canada possédaient des affiches bilingues), le nord et l'est de l'Ontario et le nord du Nouveau-Brunswick. Il y avait aussi quelques stations bilingues isolées dans les communautés francophones de Nouvelle-Écosse et de l'Ouest canadien, à Saint-Boniface (Winnipeg) et Saint-Albert (près d'Edmonton).

Depuis notre vérification, Pétro-Canada a commencé la conversion à ses propres couleurs des stations acquises de BP. La société a aussi entrepris l'installation d'affiches bilingues dans les 39 stations-service qu'elle possède et exploite dans les communautés anglophones du Québec (voir aussi aux pages 8 et 9). Ailleurs, Pétro-Canada s'en tient à son critère habituel d'importance du groupe minoritaire en matière d'affichage bilingue.

Malgré tout, seulement 8 % environ des stations-service de Pétro-Canada afficheront dans les deux langues si la société ne modifie pas sa politique restrictive. Par exemple, au Nouveau-Brunswick, province officiellement bilingue où il n'y a aucune restriction sur l'usage des deux langues, l'affichage bilingue demeure l'exception plutôt que la règle.

Nous sommes parfaitement conscients que le remplacement des affiches permanentes ou prévues pour une longue durée de vie ne se fait pas sans frais mais il serait possible de réduire ces dépenses en effectuant le remplacement pendant les travaux habituels de rafraîchissement de la peinture et de rénovation. Nous suggérons fortement à Pétro-Canada de se tourner vers l'avenir et lui recommandons:

de prévoir l'installation progressive, sur une période de temps plus ou moins longue, de ses principales affiches en français et en anglais dans toutes ses stations-service

desservant les deux communautés linguistiques, mais en donnant priorité à ces stations-service qui ont la clientèle d'un nombre important de minoritaires et/ou du public voyageur.

Formulaires - Pétro-Canada fournit des formulaires de demande de cartes de crédit et des factures de vente à crédit bilingues à toutes ses stations-service partout au pays. Les clients reçoivent leurs contrats de crédit et leurs factures dans la langue qu'ils indiquent sur leur formule de demande. La société a annexé une note à ses factures de mai et de juin 1983 en vue de demander à ses clients s'ils recevaient les services du crédit dans la langue officielle de leur choix.

Partout où Pétro-Canada utilise les deux langues officielles, le français a toujours préséance au Québec et l'anglais dans les autres provinces et territoires.

La société devrait par ailleurs utiliser des cachets d'oblitération bilingues et des matrices d'impression à message bilingue sur les feuillets de crédit. Dans de nombreux cas, il s'agirait tout simplement tantôt d'utiliser, tantôt d'omettre, des mots comme "rue" et "street" dans l'adresse.

Services personnels - Il est plus difficile de s'assurer que les employés des stations-service communiquent avec les clients dans la langue officielle de leur choix. Ces stations changent fréquemment de propriétaire et il y a un fort taux de roulement chez les pompistes et les caissiers et caissières, par exemple.

Il n'en demeure pas moins que Pétro-Canada est obligé, en vertu de la Loi sur les langues officielles, de fournir ses services dans les deux langues officielles dans les stations-service situées dans les régions bilingues et dans celles qui desservent

un nombre important de voyageurs des deux groupes linguistiques. En outre, le vocabulaire dont ont besoin par exemple les pompistes et les caissiers se limite à peu de choses et si on considère que deux millions d'étudiants canadiens suivent des cours de langue seconde, il ne devrait pas être trop difficile de recruter du personnel capable d'apprendre le vocabulaire élémentaire voulu. Par conséquent, nous recommandons à Pétro-Canada:

de faire en sorte que dans un délai de deux ans, toutes les stations qu'elle possède et exploite dans des régions bilingues ou qui desservent un public voyageur important des deux groupes linguistiques, seront en mesure de fournir des services adéquats en français et en anglais;

de négocier avec ses locataires de stations-service en région bilingue ou qui desservent un nombre important de voyageurs des deux groupes linguistiques afin d'en arriver à une entente en vue de l'insertion dans leur contrat d'une clause prévoyant la prestation de services en français et en anglais; et

de préparer une brochure en vue d'expliquer aux exploitants de stations-service quels sont les retombées de sa politique des langues officielles sur leurs activités.

Publicité - Pétro-Canada recourt aux média des groupes minoritaires comme à ceux des groupes majoritaires pour sa publicité commerciale et de prestige. La société devrait cependant s'assurer qu'en région bilingue, ses vendeurs font leur publicité dans les deux langues officielles lorsqu'ils utilisent son matériel et sa marque de commerce.

Relations commerciales - Les Produits Pétro-Canada distribue L'Express, trimestriel commercial bilingue, à ses vendeurs d'essence et de mazout de tout le pays.

Chaque année, Pétro-Canada attribue des cotes à ses vendeurs pour leur connaissance des produits maison, leurs qualités de vendeur, l'entretien de leur station, etc. Les mieux cotés sont accueillis au sein du Club Excellence, ont droit à un certificat rédigé dans la langue de leur choix et sont invités à un congrès annuel. Jusqu'à maintenant, on tenait ces congrès à l'échelle régionale et la langue du groupe minoritaire n'y recevait qu'une attention très négligeable. On prévoit cependant tenir à l'avenir des congrès de moindre envergure à l'échelle locale. Le moment est donc propice de rappeler aux responsables l'importance d'accorder une place équitable à chacune des langues officielles dans les régions où le français et l'anglais sont d'usage courant.

Mazout - Au moment de la vérification, Pétro-Canada vendait son mazout par l'intermédiaire de filiales, d'entreprises associées et de vendeurs indépendants.

Les filiales utilisaient des formulaires et des documents de promotion bilingues et offraient aux clients des contrats, de la correspondance et des comptes dans la langue officielle de leur choix. Depuis notre visite, ces filiales ont été absorbées par Les Produits Pétro-Canada.

Les entreprises associées et les vendeurs indépendants utilisent les services de facturation de Pétro-Canada à peu près de la même manière que les stations-service.

3. Langue de travail

Siège social - Au cours des quelques douze derniers mois, Pétro-Canada a sensiblement augmenté l'usage du français à son siège de Montréal. Bien qu'une amélioration accentuée du statut du français aux échelons de direction ait eu des répercussions jusqu'aux échelons inférieurs, l'anglais domine toujours nettement dans des secteurs comme les finances et l'ingénierie.

Nous avons reçu 35 réponses au questionnaire envoyé en juillet 1983 à 50 employés choisis au hasard au sein de l'effectif de Place Ville-Marie. Les 17 qui ont répondu en français ont affirmé qu'au moins la moitié des réunions auxquelles ils ont assisté et des communications avec leurs superviseurs se déroulaient en anglais; la situation était la même avec les documents internes qu'ils rédigeaient, les documents de référence à leur disposition et la formation qu'ils avaient reçue. La plupart désiraient travailler davantage dans leur propre langue; très peu cependant souhaitaient travailler exclusivement en français. Pour leur part, la majorité des 18 qui ont répondu en anglais déclaraient pouvoir s'acquitter de la totalité ou d'une grande partie de leurs tâches dans leur langue et se disaient satisfaits de la situation. Ni l'un ni l'autre groupe n'était cependant entièrement satisfait du côté linguistique des services internes comme la paie et les avantages sociaux.

Certaines sections du siège social sont logées à First Canadian Place à Toronto. Les communications entre Toronto et Montréal se font habituellement en anglais, sauf lorsque les deux interlocuteurs sont francophones.

Les services de traduction sont maintenant centralisés à Montréal. Il y a aussi un traducteur à temps partiel à Calgary. Soixante-quatorze employés de Montréal reçoivent une formation

linguistique, de même qu'un petit nombre d'employés à Toronto. D'autres cours sont aussi accessibles dans les écoles et universités locales.

En région - En mars 1983, nous avons visité le bureau régional du Québec mais l'organisme a été restructuré depuis notre passage. La nouvelle région de l'Est comprend maintenant les anciennes régions de l'Atlantique et du Québec et a absorbé les anciens employés de BP au Québec.

Au moment de notre visite, la presque totalité des employés du bureau régional du Québec étaient francophones et travaillaient presque toujours en français. Pourtant, les manuels de Pétro-Canada sur le personnel et les procédures administratives n'y étaient disponibles qu'en anglais. En outre, plusieurs des employés du siège social à Place Ville-Marie avec qui ils devaient traiter ne parlaient pas français.

Les 21 réponses reçues au questionnaire que nous avions envoyé à 25 employés du bureau régional démontraient que près de la moitié des 17 qui ont répondu en français voulaient rédiger plus fréquemment dans leur langue. Il est toutefois intéressant de noter que la moitié souhaitaient avoir les documents de référence dans les deux langues. Un tiers désiraient plus de français dans les services internes comme la paie et les avantages sociaux. Les francophones avec qui nous nous sommes entretenus souhaitaient vivement ne pas perdre la maîtrise qu'ils avaient acquise de l'anglais, ce qu'ils jugeaient un grand atout dans le marketing et la vente. Les employés qui ont répondu au questionnaire en anglais ont déclaré qu'ils utilisaient les deux langues mais qu'ils souhaiteraient travailler plus souvent en anglais.

Aux bureaux de district de Moncton et d'Ottawa, les employés utilisaient les deux langues dans les travaux internes mais

toutes les communications avec les collègues et les superviseurs des bureaux régionaux d'Halifax et de Toronto se faisaient en anglais. Les communications de Montréal à Moncton ne passent plus par le bureau de Halifax, ce dernier n'ayant plus de responsabilités régionales.

Raffinerie de Montréal - L'organisation de la raffinerie de Pointe-aux-Trembles n'a pas beaucoup changé depuis notre visite en mars 1983.

Nous avons constaté que l'anglais et le français y étaient parlés dans tous les secteurs mais que la langue de communication variait en fonction de la nature du travail et des aptitudes et préférences linguistiques des employés.

Par exemple, les travaux de génie chimique se faisaient en grande partie en anglais parce que les plans, les devis, les normes et les manuels de génie pertinents provenaient pour la plupart des États-Unis. Dans certains cas, quelque chapitres avaient été traduits. Une proportion relativement plus élevée des travaux de construction et d'entretien était exécutée en français et les ouvriers des entrepreneurs étaient supervisés en français.

Les manuels de formation pour opérateurs de la raffinerie sont rédigés par les superviseurs en français ou en anglais et traduits avant publication. On nous a dit qu'un certain nombre de superviseurs du secteur du traitement n'avaient qu'une connaissance limitée du français mais il nous a été difficile de déterminer comment cela se traduisait dans la pratique: il arrive très souvent que les communications se transmettent par les voies hiérarchiques descendantes plutôt que d'être présentées à l'ensemble du groupe.

Pétro-Canada a comme politique de permettre aux anglophones et aux francophones de travailler dans la langue de leur choix,

tout en mettant l'accent sur l'accroissement des possibilités de travailler en français. Nous avons envoyé un questionnaire à 57 employés de la raffinerie. Les 25 questionnaires remplis en français démontraient qu'environ la moitié des répondants étaient supervisés toujours ou une grande partie du temps en anglais et à peu près la même proportion déclaraient n'avoir que des ouvrages de référence en anglais. Un tiers de ceux qui rédigeaient des rapports dans le cadre de leurs fonctions le faisaient la plupart du temps ou toujours en anglais. Cependant, la majorité de ces employés recevaient les services internes comme la paie et les avantages sociaux en français. Par contre, seulement un des dix employés qui ont répondu au questionnaire en anglais était supervisé la plupart du temps en français. Ces dix employés communiquaient une partie du temps en français avec leurs collègues (50 % dans certains cas). Bref, le questionnaire confirme ce que les interviews nous avaient révélé, à savoir qu'il y a encore beaucoup de place à amélioration à la raffinerie de Montréal, même si l'on tient compte de la nature technique du travail et des obligations envers les employés en poste depuis longtemps.

Les francophones comme les anglophones ont accès aux cours de formation linguistique. Les cours sont de nature pratique et portent sur la comptabilité, la gestion du personnel, l'exploitation des raffineries, etc., et les connaissances acquises ont une application immédiate au travail. La plupart des anglophones qui suivent ces cours ont entre 40 et 45 ans et les résultats sont plus ou moins heureux selon le cas.

Dans les paragraphes qui précèdent, nous n'avons attiré l'attention que sur quelques secteurs problèmes. Il appartient à Pétro-Canada une fois le travail de réorganisation terminé, d'étudier en profondeur la question de la langue de travail. Entretemps, nous lui recommandons:

de surveiller la situation de la langue de travail dans ses différentes composantes en région bilingue et de prendre les mesures appropriées pour que ses employés aient en général la possibilité d'effectuer une part appréciable de leur travail dans la langue officielle de leur choix.

4. Participation équitable

Il nous a été impossible d'obtenir des chiffres précis sur le nombre d'anglophones et de francophones travaillant pour Les Produits Pétro-Canada au moment de notre vérification. Des gestionnaires nous ont affirmé qu'au Québec, environ 80 % des employés étaient francophones et 20 % anglophones et qu'ailleurs, un très faible pourcentage seulement des employés étaient francophones.

Les Produits Pétro-Canada compte huit francophones parmi ses vingt-six cadres supérieurs, i.e. vice-président, directeur général et directeur. Cela comprend la moitié des postes à Montréal. Il est indéniable que les francophones ont maintenant voix au chapitre de la gestion, ce qui contraste radicalement avec la situation antérieure.

Il devrait évidemment y avoir place pour les anglophones autant que pour les francophones à tous les échelons de la société au Québec. De même, les francophones devraient être encouragés à postuler des emplois partout au Canada.

En conséquence, nous recommandons à Pétro-Canada:

d'adopter comme pratique d'étudier des candidatures des deux groupes de langue officielle dans tous ses processus de dotation interne et de recrutement.

VI. CONCLUSION ET LISTE DES RECOMMANDATIONS

La capacité bilingue de Pétro-Canada est bonne dans les parties du pays où les deux langues officielles sont d'usage courant mais elle est plutôt limitée au siège social de Calgary et laisse vraiment à désirer ailleurs. Pour le moment, les efforts que la société déploie pour remédier à la situation restent très fragmentaires parce qu'elle ne possède pas les instruments nécessaires à une réforme complète. Pour être plus précis, il faut que Pétro-Canada dresse un inventaire des aptitudes linguistiques de ses employés, qu'elle se dote de lignes directrices pour aider les gestionnaires à déterminer les exigences linguistiques des postes et qu'elle mette sur pied un système de surveillance pour que la capacité bilingue soit bel et bien en place là où il faut.

Pétro-Canada fait montre d'un grand souci de respecter ses obligations linguistiques dans ses affaires publiques et sa publicité. Malheureusement, la société persiste toujours à utiliser exclusivement l'épellation anglaise de sa raison sociale en dépit du fait que le français exige un accent aigu sur le "e" de Pétro-Canada.

Par ailleurs, au cours des deux dernières années, la société a pris les mesures pour que les acheteurs d'essence et de mazout reçoivent des formulaires, des dépliants et des factures dans la langue de leur choix.

Cependant, l'image que projettent ses stations-service est encore loin de l'idéal. D'une part, le pourcentage de huit pour cent des 3,000 stations-service de Pétro-Canada pour lesquelles on prévoit un affichage bilingue nous semble plutôt faible, surtout si on considère la forte concentration de ces stations-service dans l'est du Canada; d'autre part, nous avons été

heureux de constater que, depuis la fin de 1983, 39 des stations-service dans des régions à prédominance anglophone du Québec ont des affiches dans les deux langues officielles.

Pétro-Canada devra aussi s'attaquer au problème complexe d'offrir des services personnalisés dans la langue de choix du client, là où il y a demande importante. Les arrangements pour ce faire pourront varier d'un endroit à un autre mais nous estimons qu'il y aura rarement besoin d'exiger que tout le personnel soit bilingue.

Le français est la principale langue de travail de Pétro-Canada au Québec mais l'anglais y occupe aussi une bonne place. Les communications entre le siège social des Produits Pétro-Canada à Place Ville-Marie et les bureaux de l'extérieur du Québec se font presque invariablement en anglais. De plus, l'enquête que nous avons menée à Montréal nous a démontré que les francophones de Place Ville-Marie et de la raffinerie se voient obligés d'utiliser l'anglais plus souvent qu'ils ne le voudraient bien. La situation s'est améliorée au cours des deux dernières années mais il y a encore place pour du progrès.

Les deux langues sont d'usage courant aux bureaux des districts d'Ottawa et de Moncton, au bureau administratif d'Ottawa et aux Services généraux à Calgary. Ailleurs, l'anglais tient le haut du pavé.

Pétro-Canada travaille actuellement à la révision de ses manuels administratifs qui, pour le moment sont presque tous unilingues anglais, et les rééditera dans les deux langues. Les manuels se rapportant aux ventes ainsi que les manuels pour opérateurs de la raffinerie de Montréal sont bilingues depuis déjà quelque temps; les manuels d'ingénierie, par ailleurs, ne sont habituellement disponibles qu'en anglais dans tous les secteurs de l'organisme.

Nous avons constaté que presque tous les formulaires d'usage interne étaient bilingues au Québec mais habituellement unilingues anglais ailleurs. Les formulaires utilisés partout au sein de l'organisme sont en voie de normalisation et de réédition dans les deux langues.

Nous n'avons pas réussi à trouver des statistiques valables sur la participation des deux groupes de langue officielle au sein de Pétro-Canada. Au meilleur de notre connaissance, l'effectif se composerait d'environ 75 % d'anglophones et 25 % de francophones. Les francophones se retrouvent surtout dans l'est du pays, principalement au Québec. On n'en retrouve aucun aux échelons supérieurs de la haute direction à Calgary mais ils commencent à s'affirmer au sein des Produits Pétro-Canada.

En terminant, disons que Pétro-Canada a accompli des progrès remarquables au cours de la dernière année et nous nous attendons à ce que les nouvelles mesures adoptées récemment produisent des résultats très positifs au cours des mois à venir. L'organisme a cependant encore beaucoup de chemin à parcourir et il lui faudra maintenir son élan. Pour ce faire, il aura besoin d'un système de contrôle efficace.

Nous reprenons ici les recommandations formulées dans le rapport afin de faciliter la consultation.

Nous recommandons à Pétro-Canada:

1. de préparer une série de lignes directrices visant à aider les gestionnaires et les employés à intégrer à leur travail, et de façon systématique, la politique des langues officielles(page 4)

2. d'établir les paramètres en vue de la désignation des postes bilingues et de nommer, dans ses principaux centres, un spécialiste dont la tâche consisterait à conseiller les gestionnaires en la matière(page 5)

3. de recueillir et d'analyser le plus tôt possible des données brutes sur la capacité linguistique de son personnel et la participation des deux groupes linguistiques(page 5)

4. de mettre sur pied un système d'imputabilité permettant de tenir chaque gestionnaire responsable des activités prévues à son plan des langues officielles et de s'assurer qu'il présente régulièrement des rapports de situation(page 6)

5. de mettre un accent sur le "e" du nom de la société utilisé en français lorsque c'est possible, d'ici la modification de la Loi sur la Société Petro-Canada(page 8)

6. de s'assurer qu'il y aura en tout temps un nombre suffisant de réceptionnistes bilingues à tous les étages du Centre Pétro-Canada accessibles au public(page 10)

7. de revoir l'ensemble de ses publications techniques et d'offrir en version française celles qui sont suscep-

tibles d'intéresser un nombre important de lecteurs francophones(page 12)

8. de rehausser la capacité bilingue de son service des acquisitions dans l'Ouest canadien de sorte qu'il puisse traiter avec les fournisseurs de tout le pays dans la langue officielle de leur choix(page 14)

9. d'accorder aux employés travaillant dans des secteurs où les deux langues officielles sont d'usage courant, le droit de choisir la langue de leurs appréciations du rendement(page 15)

10. de s'assurer que ses lignes de conduite en matière de formation tiennent également compte des besoins des employés francophones et des employés anglophones(page 16)

11. de faire en sorte que la section au siège social qui coordonne les relations de travail et la sécurité soit dotée d'un effectif bilingue lui permettant de communiquer aussi bien en français qu'en anglais(page 16)

12. d'étudier les rapports entre son siège social et le bureau de Montréal afin de déterminer ce qui doit être fait en vue d'accroitre sa capacité de communication verbale et écrite en français avec le bureau de Montréal(page 17)

13. d'accroître progressivement le nombre de francophones à son siège social(page 18)

14. d'offrir aux candidats aux postes du siège social et dans les régions bilingues la possibilité de choisir la langue officielle des entrevues(page 21)

15. de prévoir l'installation progressive, sur une période de temps plus ou moins longue, de ses principales affiches en français et en anglais dans toutes ses stations-service desservant les deux communautés linguistiques, mais en donnant priorité à ces stations-service qui ont la clientèle d'un nombre important de minoritaires et/ou du public voyageur(page 22)

16. de faire en sorte que dans un délai de deux ans, toutes les stations qu'elle possède et exploite dans des régions bilingues ou qui desservent un public voyageur important des deux groupes linguistiques, seront en mesure de fournir des services adéquats en français et en anglais(page 24)

17. de négocier avec ses locataires de stations-service en région bilingue ou qui desservent un nombre important de voyageurs des deux groupes linguistiques afin d'en arriver à une entente en vue de l'insertion dans leur contrat d'une clause prévoyant la prestation de services en français et en anglais(page 24)

18. de préparer une brochure en vue d'expliquer aux exploitants de stations-service quels sont les retombées de sa politique des langues officielles sur leurs activités(page 24)

19. de surveiller la situation de la langue de travail dans ses différentes composantes en région bilingue et de prendre les mesures appropriées pour que ses employés aient en général la possibilité d'effectuer une part appréciable de leur travail dans la langue officielle de leur choix(page 30)

20. d'adopter comme pratique d'étudier des candidatures des deux groupes de langue officielle dans tous ses processus de dotation interne et de recrutement(page 30)

POOR

QUALITY

ORIGINAL